**Esta temporada de fiestas, que tu marca inspire con Pinterest**

* *Las marcas en Pinterest registran 5 veces más conversiones cuando los usuarios están expuestos a sus anuncios con mayor antelación.*
* *Los compradores se preparan para una temporada de fiestas llena de celebraciones; están buscando toda clase de ideas para sus días más especiales del año y lo hacen en Pinterest.*

**Santiago, Chile. Noviembre de 2022.-** En los últimos dos años la gente no ha podido celebrar como lo hacía antes. Es por esto que esta temporada de fiestas será diferente. Además, este año hay aún más momentos que disfrutar y más momentos representan más oportunidades para las marcas.

Esta temporada de fiestas va a ser única. Ya que además de todas las celebraciones que se dan año con año y de nunca haber anhelado tanto los encuentros en persona, tenemos la Copa Mundial de Fútbol 2022 que representa un momento más dentro de la temporada de fiestas. Para los compradores en Pinterest, todo eso empieza desde ahora, lo cual significa que tú también deberías ponerte en marcha.

Las personas en Pinterest entran a planear los momentos más importantes. Entran a planificar qué van a regalar esta temporada de fiestas, cómo se van a vestir, cómo van a recibir a sus invitados, entre muchas otras cosas más.

Y este año los usuarios planean celebrar más momentos a lo largo de la temporada de fiestas aprovechando cualquier oportunidad para festejar. Algunos de estos momentos son:

* Fiesta de Fin de año de la empresa
* Reunión para ver la Copa Mundial de Fútbol
* Amigo Secreto

Esto ocurre especialmente en Pinterest, donde la gente se inspira y comienza a planear antes sus compras de fin de año. Los Pinners empiezan su viaje de compra dentro de la plataforma aproximadamente 20 días antes que en otras plataformas o buscadores (1).

**A más momentos, más posibilidades de triunfar**

Merece la pena añadir más momentos estacionales a tu estrategia publicitaria para las fiestas. En 2021, los anunciantes de Pinterest que cubrieron varios momentos durante toda la temporada de fiestas de 2021 registraron un aumento de la tasa de conversión 4 veces mayor que los que solo se anunciaron en Navidad (2).

En otras palabras: no dejes todo tu presupuesto para gastarlo en diciembre. La Navidad está repleta de momentos importantes, pero es mejor repartir las campañas y el presupuesto a lo largo de la temporada de forma más variada.

**La anticipación suma**

En Pinterest, la temporada de fiestas arranca con las Fiestas Patrias y Halloween, y se prolonga hasta bien entrado el mes de enero del año siguiente. Pero la clave es que la planificación empieza mucho antes de las propias celebraciones. Para aprovechar las oportunidades al máximo, tienes que empezar a promocionar tus ideas y productos para la temporada de fiestas con varios meses de anticipación.

Por ejemplo, analicemos Nochebuena y Navidad. Como todo el mundo sabe, la Nochebuena se celebra el 24 y la Navidad el 25 de diciembre. Pero, según nuestros datos, el peak de oportunidad publicitaria de Navidad va de junio a diciembre (4). Las marcas que esperan hasta el último mes, se quedan atrás. Las marcas que empiezan a lanzar contenido de Navidad durante el invierno llegan a más compradores, y lo hacen en un punto más precoz del proceso de planificación.

Una estrategia de marketing coherente y oportuna durante toda la temporada genera mejores resultados. Las marcas en Pinterest registran 5 veces más conversiones cuando los usuarios están expuestos a sus anuncios con mayor antelación en comparación con las marcas que esperan más para anunciarse (3).

Un ejemplo de ello es la empresa estadounidense *Michaels, que* pudo comprobar estos datos el año pasado gracias a su estrategia de marketing de objetivos múltiples para la temporada de fiestas. Aplicaron diferentes objetivos de campaña de manera simultánea, orientados a conseguir compradores en todos los pasos del embudo de marketing a lo largo de la temporada completa. *Michaels* solo registró un solapamiento del 6% de los públicos en cada objetivo, lo que demuestra que Pinterest resultó eficaz para llegar a los compradores en todas las fases (5).

Piensa que esta oportunidad se extiende a muchos momentos de marketing durante la temporada de fiestas: siempre hay alguien dispuesto a planificar o comprar algo en cada una de las fases.

**Celebración importante de la temporada de fiestas (4)**

Halloween

Navidad

Año Nuevo

**Peak de oportunidad publicitaria:**

Julio - octubre​​

​Julio - diciembre​

Noviembre - diciembre

**Haz que cada momento importe**

Los compradores se preparan para una temporada de fiestas llena de celebraciones. De hecho, ya están buscando activamente toda clase de ideas para sus días más especiales del año; y lo hacen en Pinterest. Aprovecha este momento a tiempo e influye en sus celebraciones cuando todavía están en la fase de planificación, no solo para documentarlas para la posteridad.

**Básate en los datos**

1. **Activa más momentos**

Empieza a planificar ya el calendario de tu campaña, y elige una combinación de los momentos que tu marca pueda abordar. Piensa en los vínculos naturales entre lo que ofreces y la forma de celebrar de la gente. Quizá tus productos encajen especialmente bien como regalos o coincidan con un momento concreto de la temporada. Reflexiona acerca de cómo puede ayudar tu empresa a mejorar y apoyar las celebraciones de la gente.

1. **Ayuda a la gente a planificar varias celebraciones a la vez**

Las necesidades de los compradores a veces se superponen en la temporada de fiestas. Pueden estar buscando regalos de Navidad para sus amigos, planificando la cena de año nuevo y eligiendo la decoración para el mundial, todo al mismo tiempo. Piensa en distintos tipos de objetivos y en cómo complementarlos entre sí. Asegúrate de que tus campañas para la temporada de fiestas incluyan varios tipos de objetivos para garantizar que llegarás a los compradores en todos los pasos del proceso.

1. **Haz que regalar sea más fácil que nunca**

La gente llega a Pinterest con una mentalidad abierta y sin saber todavía qué va a comprar. Pero sí tienen claro para quién compran, por eso buscan regalos en función de aspectos como la relación (madre, hermano, etc.) o los intereses de la persona. Sé lo más concreto posible en el contenido de tu marca para llegar al público adecuado.

**Metodología**:

1. *Compilación de datos disponibles públicamente de Pinterest y de terceros, enero a diciembre de 2021, México.*
2. *Análisis interno de Pinterest de 148 anunciantes que han lanzado campañas publicitarias en temporada navideña en el T4 de 2020 y el T4 de 2021. Se compararon las marcas que solo se anunciaron de cara a la Navidad con las que se anunciaron al menos con otro momento señalado de la temporada (Halloween, Acción de Gracias). EE. UU., 2021.*
3. *Datos internos de Pinterest: Análisis de los anunciantes que ejecutaron campañas en la temporada de fiestas en 2020. Clasificaciones de cohortes: Tardía = fecha de exposición inicial (26/11/20–31/12/20); Normal = fecha de exposición inicial (11/11/20–25/11/20); Temprana = fecha de exposición inicial (09/01/20–11/10/20); internacional, 2020.*
4. *Datos internos de Pinterest, EE. UU. diciembre de 2021. El pico de oportunidad publicitaria se calcula en base a las búsquedas y los Pines guardados. Recuerda que las Directrices de publicidad de Pinterest prohíben segmentar el público en función de la raza, la etnia, las creencias religiosas y la orientación sexual, entre otras cosas.*
5. *Datos de Michaels, basados en un VMP sin conexión de 40 $. T4 2022.*

###

**Sobre Pinterest**

Personas de todo el mundo acuden a **Pinterest** en busca de inspiración. Pinterest es un motor de descubrimiento visual en el que la gente encuentra creadores inspiradores, compra nuevos productos y busca ideas para llevar a cabo en su vida. La gente ha guardado cerca de 330.000 millones de Pins, los intereses van desde la creación de una oficina en casa, cocinar una nueva receta hasta encontrar su próximo destino de vacaciones. Con sede en San Francisco, Pinterest se lanzó en 2010 y cuenta con más de 400 millones de usuarios activos mensuales. Está disponible en iOS y Android, y en [pinterest.cl](https://www.pinterest.cl/)

**Para mayor información, por favor contactar a:**

Elina Ambriz Valencia

Cel: +56 9 351 40258

elina.ambriz@another.co